

本期

聚焦

纵深

观察

浅谈“一笼烧卖一座城”

●李海珍

7月19日,以“一笼烧卖一座城”为主题的烧卖美食季暨第三届内蒙古小吃美食文化周,在塞上老街旅游休闲街区开幕。作为第五届中国——蒙古国博览会系列活动之一,这一活动将持续一个月,为即将于8月举办的第五届中国——蒙古国博览会预热。

在呼和浩特,烧卖馆遍布大街小巷,已成为市民生活中不可或缺的一部分。清晨,走进一家烧卖馆,点上一笼烧卖,沏一壶热气腾腾的砖茶,开启活力满满的一天,是许多呼和浩特人的生活日常。这幕日常景象,恰是“一笼烧卖一座城”的最佳注脚。当烧卖美食季暨第三届内蒙古小吃美食文化周,以“一笼烧卖一座城”为主题拉开帷幕,我们看到的不仅是一场美食盛宴,更是呼和浩特通过味觉符号完成的文化叙事与身份建构。

烧卖在呼和浩特的盛行绝非偶然。

这座草原都市独特的地理位置与历史际遇,造就了烧卖这一融合南北的饮食杰作。如今,这道承载着呼和浩特饮食文化的特色美食,早已不仅仅是一种食物,更是这座城市文化符号与情感纽带,见证着青城的历史变迁,展示着首府的独特魅力。

烧卖产业的数据背后,隐藏着呼和浩特城市发展的深层逻辑。全市约2400余家烧卖馆,日均约10万人的就餐规模,年营业额超10亿元的产业体量,构成了一个庞大的“烧卖经济圈”。

更值得注意的是其就业带动效应——直接就业5万余人,上下游产业链形成的间接就业约12万人,这种“小烧卖大产业”现象,展现了地方特色美食如何转化为实实在在的经济动能。老绥元烧卖从地方老字号发展为连锁品牌,“派骑手手烧卖”通过-60℃速冻技术实现品质保鲜,这些创新实践不仅保留了传统味道,

更赋予了这一地方美食走向全国乃至世界的的能力。

如今,烧卖已成为呼和浩特最鲜活的城市IP。6米高的“烧卖艺术空间”成为新晋打卡地标,烧卖美食季期间,100名来自餐饮、自媒体、教师等不同行业的呼市“烧卖推官”,形成了“全民代言”的热烈氛围。

“无烧卖,不青城”这一说法之所以深入人心,正是因为烧卖已经超越食物本身,成为青城人地域归属感的文化符号。正如巴黎的咖啡馆、东京的寿司,烧卖正在成为呼和浩特的独特标识。

从更广阔的视角看,烧卖美食季的举办体现了地方文化软实力建设的新思路。通过将地方美食与中蒙博览会联动,呼和浩特正在探索一条“以食为媒”的文化传播路径。中蒙博览会遇上烧卖美食季,食物便成了跨越国界的文化使者,这种将传统文化资源转化为当代文

化资本的做法,不仅提升了“内蒙古味道”和“呼市烧卖”的品牌价值,更为首府发展注入了持久的文化动力。

“呼市烧卖”从街头巷尾的寻常滋味,跃升为城市品牌的金字招牌,其背后是历史的沉淀、经济的脉动,更是市民发自内心的归属与自豪。站在塞上老街旅游休闲街区,望着蒸腾着热气的烧卖,我们品尝到的不仅是羊肉与面皮的完美结合,更是一座城市的文化传承。

从清代旅蒙商的驼铃声声,到如今中蒙博览会的国际对话,烧卖见证了呼和浩特的过去,也必将参与呼和浩特的未来。在这个意义上,“一笼烧卖一座城”不仅是一句宣传口号,更是对城市味觉记忆的深情诠释,是一座城池最温暖的注脚。

青城不老,韵味长存,这份独特的饮食遗产,终将在代代相传中续写新的传奇。

让城市更智慧一些

●吴晓林

时隔十年,中央城市工作会议再度召开,释放了城市工作在党和国家事业发展全局中具有战略地位的强烈信号。当前,我国城镇化进程正从快速增长期转向稳定发展期,城市发展进入以存量提质增效为主的新阶段。在有限的空间约束下,城市发展面临资源环境约束趋紧、市民诉求日益多元、治理效能有待提升等挑战。以智慧化赋能城市精细治理,成为引领新阶段城市高质量发展的必然选择。

党的十八大以来,“人民城市人民建、人民城市为人民”理念深入人心。智慧城市建设经历了从技术驱动到系统集成、从单点应用到整体协同的演进,不仅为人民群众带来了便捷高效的服务,也提升了城市治理的科学化、精细化、智能化水平,成为践行以人民为中心发展思想的生动注脚。

一批先行城市以智慧化手段破解传统治理难题,在城市治理上交出了亮眼答卷。北京市依托12345市民服务热线深化“接诉即办”改革,在大数据基础上“算出”群众反映最集中的民生痛点、治理堵点,服务于城市的精细化管理。上海市率先构建“一网统管”“一网通办”体系,通过整合数据资源、搭建智慧中枢,实现对城市运行状态的实时感知、智能预警与高效协同,做到“让数据多跑路、让群众少跑腿”。深圳市打造“民意速办”一体化平台,将部门职责细化为4000多项工作并导入平台,平台利用大数据技术精准分析民生诉求,及时掌握民生痛点和隐患苗头,推动民生诉求服务“像网购一样透明”。杭州市深耕“智慧社区”,以数字化平台整合资源,为居民提供便捷的物业、养老、邻里服务,打造有温度的数字生活圈。烟台市瞄准基层难点痛点,推出“数字镇街平台”建设,上线智能报表系统,有效破解数据重复填报、多头报送顽疾,通过信息化手段为基层减负。

这些实践表明,各类城市通过数字化手段疏通城市治理的毛细血管,在精细分析复杂问题、精准响应民生诉求、护航城市安全等方面取得实效。中央城市工作会议擘画了“建设创新、宜居、美丽、韧性、文明、智慧的现代化人民城市”的蓝图。智慧城市建设,是实现这一蓝图的重要内容和关键支撑。让城市更智慧、更聪明,需在更深层次着力。

智慧之根深植于“人民性”的土壤。唯有将人民置于智慧城市建设的核心,服务于人的自由发展、安全与尊严,数字技术方能焕发光芒,城市才能成为美好家园。无论是城市运行的“秒级响应”、智慧安全的“实时监测”,还是老旧小区数字化改造中对“一老一小”的特别关怀,核心都是满足市民对美好生活的向往。深化智慧城市的人民性,关键在于尊重并激发人民群众的主体性地位。一方面,大数据、人工智能要动态捕捉不同群体多元需求,推动服务向“需求牵引”跃升;另一方面,城市管理者需将“人民城市人民建”落到实处,积极拓展群众参与的便捷渠道,将评判权交予群众,让群众从服务的接受者转变为治理的参与者和评价者,智慧城市建设才拥有不竭的动力。同时,智慧城市建设需要重视数字包容,必须弥合“数字鸿沟”,强化“适老、适小、适弱”化改造,确保智慧服务不落下任何一个群体,技术进步的红利惠及全体市民。

智慧之力迸发于“组织变革”的驱动。数字技术仅是智慧城市建设的基础条件,数字化转型成功的真谛,在于以技术为杠杆,撬动城市治理体系的系统性变革。欲弥合数字技术应用和制度供给间的鸿沟,组织变革乃核心驱动力。未来的智慧城市建设,除了破除部门壁垒、夯实数据基础以外,更重要的是运用数字技术厘清各类组织和主体责任,将权责边界清晰锚定于数字流程,确保每项职责皆有“数可依”。在权责明确后,须同步优化跨部门、多主体协同机制,为多主体联动建立清晰的规则与响应流程。唯有数字技术与组织体系紧密咬合、协同发力,智慧之力方能沛然奔涌。

智慧之美彰显于“秩序与活力”的辩证统一之中。智慧城市建设须恪守“发展与安全”并重的原则,各类城市需筑牢数据的安全根基,以数字技术赋能城市全域创新、护航城市安全和高品质发展。智慧城市建设还须重视“效率与效能”的统一,城市政府要克服短期冲动,将可持续发展的原则贯穿于规划建设与运营维护全过程,以法治化体系、市场化手段降低长期负担。在城市群协同发展的背景下,智慧城市建设需考虑“局部与整体”的协调。不同城市都在探索智慧城市系统,但数据平台系统大致相同,重复建设带来大量浪费。可以考虑以京津冀、长三角、粤港澳大湾区等城市群为中心,统一接入各城市数据,构建分布式、多中心的区域数字化中枢,推动区域内共建共治共享,形成协同构建智慧城市的强大合力。

(据《光明日报》)

以赛事引擎助推青城夏日文旅加速

●高宏鑫

流量”。2024年,呼和浩特73项重点赛事直接带动经济约10亿元,间接带动约28亿元,亮眼数据有力印证了“赛事经济”的强大动能。今年初举办的全国短道速滑青少年锦标赛,仅短短数日就拉动经济增长约300万元。这些数字背后,是烧卖馆里升腾的热气,是酒店前台不断响起的预订电话,是特产店里忙碌的身影……

敕勒川草原上,参加女子五人制足球亚洲杯比赛的印度尼西亚球员们正在合影;漫步塞上老街旅游休闲街区,

来自香港的足球队员们为百年文物发出惊叹……这些生动的瞬间通过社交媒体传播,让人们们对“美丽青城、草原都市”产生更加具象的感知。

长远来看,赛事更是文旅产业实现“升级跳”的强大引擎。承办大型赛事对硬件设施提出刚性要求,承办国际赛事更推动着服务体系的标准化与国际化。无论是硬件设施的升级,还是服务体系的完善,最终都会加快推动城市整体文旅产业提档升级。为承接赛事而升级的国家北

方足球训练基地,赛后转型为市民运动乐园与研学打卡点;结合赛事开发的“观赛+草原徒步”“看球+非遗体验”线路,让旅游体验告别走马观花。这些创新为文旅产品注入“运动基因”,也让城市文旅竞争力不断跃升。压力是最好的动力,源于体育赛事的高标准、严要求,呼和浩特文旅产业正借助一场场赛事完成创新与升级。

七月的赛事热潮奔涌,八月的精彩接踵而至,体育赛事如为青城夏日文旅踩下油门,驱动城市奋力向前。

思评

万象

七月的呼和浩特,清风拂去燥热,也点燃了体育赛事的激情。

中国中学生网球联赛、世界少棒联盟城市总决赛、各类足球邀请赛……一项项体育赛事在这座城市轮番开赛。密集的赛事矩阵,正让呼和浩特的夏日文旅以“赛”为引擎,全速向前。

体育赛事何以成为文旅经济的“加速器”?其天然具备强大的聚合能力,能在短时间内将来自各地的运动员、教练、观众等群体汇聚一城,形成规模可观的“瞬时

社会

广角

设「宠物」本科是对需求的积极回应

●刘莉

在高考结束后的志愿填报季,中国农业大学开设“动物科学(伴侣动物)”本科专业的消息引发广泛关注。作为全国首个以“宠物”为核心培养方向的本科专业,该专业覆盖了伴侣动物品种培育、营养代谢、饲料加工等课程,致力于培育既拥有扎实动物科学基础,又具备丰富产业实践能力的复合型人才。

近年来,我国宠物相关产业规模增长势头良好。数据显示,2024年我国宠物消费市场规模已突破3000亿元,近10年年均复合增长率为13.3%。市场规模扩大呼唤高素质人才,高素质人才队伍建设更是行业高质量发展的重要保障。与行业蓬勃向上的态势相比,相关专业人才质量和数量都存在短板,尽管此前已有部分高职院校开设宠物相关专业,高端人才结构性短缺问题仍迫在眉睫,宠物美容、驯养、食品研发、营养搭配等领域的规范化发展急需人才支撑。

不仅要向老师学,向书本学,更要在实践中学,在社会的大课堂中磨砺自我、增长才干。教育与产业深度融合是未来高等教育发展趋势,育人与用人相结合方可人尽其才、人尽其用。近年来,全国多所高校积极探索教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接,并取得一定成效。中国农业大学首设“宠物”本科专业,是对市场需要的积极回应,也是对行业发展的精准对接。对于“宠物”专业学生来说,课堂上的理论知识固然重要,但只有将这些知识应用到实际工作中,才能转化为推动行业发展的力量。学生要充分接触行业前沿,感知市场动态,积极参与实践,提高实践能力和就业竞争力。学科发展要不断探索教育与产业深度融合路径。

就业和市场是重要的教育导向,但不是唯一方向。本科教育与职业教育都是教育体系重要组成部分,但在功能定位上还应更有针对性。从大学生到从业者,从生力军到引领者,教育的使命是为学生提供就业的敲门砖,更要为社会培养具有创新精神、社会责任感和可持续发展能力的高素质人才。要发挥好知识教育优势,更加注重理论知识的系统性和深度,提高学生的学习能力和创新能力,以宽口径、厚基础的培养模式,为未来适应市场需要和职业发展提供坚实基础。

高校专业设置既是行业发展的晴雨表,也是教育理念的风向标,教育既要着眼于人的发展,也要服务于市场需求。中国农业大学首设“宠物”本科专业,既为相关行业培养了急需的专业人才,也为教育与产业的深度融合提供了新思路,要在追求与就业市场接轨过程中保持育人初心,不断为社会发展和进步提供人才支撑。

(据《经济日报》)

画里有话



暑期兼职有陷阱

记者7月9日从国家医保局获悉,截至2025年6月30日,全国30个省份和新疆生产建设兵团的337个统筹区已开通医保钱包,实现跨省共济。

■新华社发 王琪作

观点

大家谈

为爱好买单,为快乐投入,年轻人正在用“敢想敢追的热爱”和“说走就走的旅行”,激活经济发展新的可能性

最近,你的朋友圈被音乐节刷屏了吗?从福建厦门的泡泡岛音乐与艺术节,到江苏常州的太湖湾音乐节,再到吉林长春的啾啾音乐节,各色音乐节在多地火热开展。如今,音乐节成为越来越多人“快乐密码”。

千里迢迢,不怕路远,音乐节的魅力何在?在于音乐——乐迷能够在现场见到想见的歌手、听到想听的歌曲;在于互动——打破演唱会的传统模式,让观众更多徜徉音乐海洋。在草坪野餐区飘荡的旋律里,在起伏的荧光海洋中,年轻人能够置身于日常的生活轨迹,捕捉异于平常的高光时刻,开启释放情绪的“阀门”。在一个个表演汇聚成的独特场域里,情绪全方位笼罩,情感多维

度共振,这种沉浸式体验所带来的非置身而不可得的震撼与愉悦,构成巨大吸引力。

音乐节的魅力,也在于常有“不期而遇”的美好。侗族大歌结合拉丁节奏,古老又现代的“新声”点燃全场;素不相识的歌迷,因为并肩合唱而结下友谊;在音乐节现场求婚,周围的观众自发为他们送上祝福……文化“出圈”、社交“扩列”,音乐节宛如一架通往“意外之喜”的桥梁,年轻人借此打破社交藩篱,建立临时社群,在构建新联结中体味归属感。

通过文化,点燃经济引擎。如今,“音乐节+”的带动效应赢得不少目光,很多城市都在积极打造独具特色的文旅品牌,开辟文旅发展新空间。比如,常州以太湖湾音乐节为媒介,串起湖畔周边景区和民宿,打造带动城市发展的“超级IP”。据统计,第十届常州太湖湾音乐节4天接待观众13.6万人次,其中近70%的观众专程从外省赶来,带动周边

消费超6.5亿元。多地还持续发力“票根经济”,凭音乐节门票可以免费游景区、享受餐饮折扣,吸引不少人前来。

同样是办音乐节,如何办进年轻人心中?卷明星、卷“大牌”或许有效,但并非长久发展之道;比创意、比玩法形成亮点,或许会以“人无我有”构成吸引。引入非遗美食市集,与热门IP联动,上演无人机表演……当音乐节融合非遗、动漫、科技等于一体,多样元素撑起新奇空间,多种互动带来新鲜体验,文化“万花筒”会吸引更多主动参与。此外,也可以从“观念”入手。有的音乐节融入环保理念,推出可降解餐具、实行垃圾分类,丰富音乐节的内涵,使其从单维度的演出升级为综合性的文化嘉年华。种种探索,皆有一个共同的指向:以“融合”破壁,方能独具魅力。

说到底,音乐节的魅力源于体验感。“愿

为一场节,奔赴一座城”,演出体验只是一方面,好的城市体验则是魅力常在的关键。提供免费接驳大巴服务,优化停车位配置缓解拥堵……相关部门高效协同,完善后勤服务,更好保障体验感,持续营造氛围感,不断充实幸福感。一系列用心用情的精细化服务,才能点燃一场有质量、有温度的音乐节盛会。这便是将“流量”转化为“留量”的秘诀。

音乐节仅是当代年轻人消费全景中的一隅。电影节、漫展、读书会……为爱好买单,为快乐投入,年轻人正在用“敢想敢追的热爱”和“说走就走的旅行”,激活经济发展的新动能。交织的足迹,正转化为经济的新浪潮。当一个个元素以融合姿态充分激荡,当一座座城市以年轻语态铺展青春叙事,澎湃的发展势能必将加速汇聚,释放出活力中国的独特魅力。

(据《人民日报》)

音乐节,人文经济的“年轻叙事”

●韩春瑶